

18. *Можейко М. А.* Язык и творчество. Постмодернизм в лингвистике // Изв. Смолен. гос. ун-та. 2008. № 1. С. 58–68.
19. *Пригожин И.* Послание к будущему поколению // Наука и жизнь. 2002. № 11. С. 4–9.
20. *Сорокин П. А.* Социальная и культурная динамика. М., 2006.
21. *Тойнби А. Дж.* Постигание истории. М., 2001.
22. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: Виды мобильности для XXI века. М., 2012.
23. *Шпенглер О.* Закат Европы: Очерки морфологии мировой истории. М., 1993.

Статья поступила в редакцию 18.12.2013 г.

УДК 316.772.4 + 004.77

И. Б. Бритвина

ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК: КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ПОКОЛЕНИЯМИ*

Статья посвящена закреплению в межпоколенческих коммуникациях новых культурных практик передачи социальной информации, которые возникают на базе технологических изменений конца XX — начала XXI в. Мобильная связь и Интернет как каналы передачи информации меняют не только форму коммуникации, но и ее содержание и направление.

Ключевые слова: межпоколенческие коммуникации; префигуративная и кофигуративная культура; культурный опыт; культурные практики коммуникации.

Новые технологии конца XX в., обусловившие наступление эры информационного общества, привели к изменениям в системе культурных практик, направленных на легитимизацию новых способов коммуникации между поколениями и передачи культурного опыта.

Американский антрополог Маргарет Мид сформулировала идею о том, что в определенные эпохи традиционный путь передачи культурных кодов от старших поколений младшим (постфигуративная культура) может смениться равенством поколений в этой сфере (кофигуративная культура). Последние десятилетия, по ее мнению, устанавливается префигуративная культура, противоположным образом меняющая вектор передачи новой культурной информации — от младших поколений к старшим. «Во всех частях мира, где все народы объединены электронной коммуникативной сетью, у молодых людей возникла общность опыта, того опыта, которого никогда не было и не будет у старших. Этот разрыв между поколениями совершенно нов, он глобален и всеобщ» [6].

* Статья публикуется в рамках проекта РГНФ № 14-13-66011.

БРИТВИНА Ирина Борисовна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: irinabritvina@yandex.ru).

© Бритвина И. Б., 2014

Наиболее очевиден сегодня разрыв между поколениями «дедов» и «внуков», так как поколение «родителей» в большей степени приобщено к новым коммуникативным технологиям благодаря востребованности Интернета в их профессиональной и досуговой сфере. Кроме того, не будем забывать, что родительское поколение само является разработчиком новых технологий общения конца XX — начала XXI в.

В. А. Луков считает, что в XXI в. проявились особенности и кофигуративной, и префигуративной моделей культурного развития. Это ситуация, в которой для достижения жизненного успеха молодые не могут опираться на опыт старших, а старшие, напротив, нуждаются в знании молодых [4, 6]. Префигуративная культура, когда пожилые учатся у молодежи, имеет наибольшее отношение к современной трансформации способов передачи культурной информации, к возникновению и закреплению новых культурных практик передачи социального опыта, она определяет новый тип социальной связи между поколениями.

Исследователи пишут, что цифровая революция по-новому поставила перед человечеством проблему передачи и использования социального и информационно-технологического опыта в мире неконтролируемой информации. В связи с тем, что формируется иная фигурация межпоколенных отношений, предлагается выделять новый полифигуративный тип культуры, который характеризуется тем, что разные поколения учатся у разных поколений в силу многомерности современных межпоколенных контактов [11, 102, 106]. Однако попытки определения нового типа культуры межпоколенных отношений не отменяют актуальности исследования способов коммуникации между поколениями, возникновения новых культурных практик передачи информации в процессе социализации молодежи, изменения ценностных оснований общения «пожилых» и «молодых».

Российские опросы постоянно выявляют различия в оценках молодежи по сравнению с «поколением отцов» [8], что лишь отчасти может объясняться инертностью старших поколений и, напротив, динамичностью, свойственной молодым людям. Революционное изменение технологий массовой коммуникации, информатизация и компьютеризация всех базовых социальных процессов стали основой разрыва в контенте культурного опыта между поколениями. И этот разрыв в России совпал с глубокими экономическими и политическими трансформациями, что также стало причиной поколенческого противостояния, нигилизма поколения «next».

Отрицая культурный опыт пожилого поколения, молодежь под влиянием новых массмедиа не только творит новую культуру, во многом, в свою очередь, отрицаемую старшими, но и, занимая более передовые с технологической точки зрения позиции (но не с точки зрения приемлемости новой системы ценностей), навязывает пожилым иные культурные практики, которые неизбежно начинают доминировать и приниматься за норму. Причем «старые» нормы коммуникативной культуры входят в противоречие с «новыми» нормами общения, передачи опыта, носителями которых и более «передовыми» творцами являются прежде всего представители молодежи. Это соци-

альная ситуация, когда технологическое отставание старшего поколения становится залогом сохранения «мира культуры», а «новый мир культуры» является собой пример разрушения культурности как таковой (культурности, как ее видят представители старших поколений). Такое противоречие является следствием как скоростей технологических изменений, за которыми не успевает культура, выдавая «сниженные образцы» за новую культурность, так и переходности переживаемого этапа становления «новой культуры».

По мнению В. А. Лукова, в переходные периоды на социализацию значительное влияние оказывает социальная аномия, расширяющая границы дозволенного. Если социальная аномия сметает периферию ценностного мира, то это хотя и потрясает общество, но не разваливает его. Если же она покушается на ядро тезауруса – картину мира, социализационный процесс подвергается очень серьезным испытаниям [5, 22]. Целый ряд исследователей отмечают, что современные трансформации культуры становятся основой формирования новых идентичностей, вторгаясь в человекотворческую сферу [8, 5–6]. Этот процесс является тотальным не только с точки зрения глубины влияния на тренды социализации подрастающего поколения, но и по широте охвата, так как затрагивает абсолютно все слои и возрастные группы населения, даже и не связанные с компьютеризацией.

Нам представляется, что значительные изменения современных культурных практик общения свидетельствуют о более глубоких сдвигах ценностного уровня как отдельных субъектов массовой коммуникации, так и духовной культуры в целом. Вся система социализации подрастающего поколения, система социально-духовного воспроизводства испытывает трансформации. Это отражается на всех уровнях системы образования, влияет на морально-нравственные устои общества, детерминирует демографическую систему, гендерные взаимоотношения и т. д. Французский социолог Абраам Моль писал, что с появлением массмедиа прежнее культурное достояние общества и индивида утрачивает свое значение. Даже базовая система образования, принятая в обществе, перестает играть прежнюю роль. В результате прежняя более или менее целостная система знаний и ценностей заменяется набором переменчивых установок, на которые постоянно воздействуют массмедиа [7, 39–42]. Культура медиа начинает доминировать в постиндустриальной и информационной культурах. Однако появление и широкое распространение интернет-технологий привело в конце XX в. к новому витку формирования коммуникативных практик, что стало признаком «новой культурности».

В течение последних 20 лет появились и стали устойчивыми новые культурные практики коммуникации: мобильная связь (ограниченный стоимостью связь разговор, СМС-сообщения, ММС-сообщения), информатизация коммуникации (коммуникация через электронную почту, социальные сети, блоги, интернет-дневники), визуализация коммуникации (граффити, фото и картинки в социальных сетях, смайлики и другие символы), рекламная коммуникация. Все это частично заменяет или совершенно вытесняет традиционные способы коммуникации между поколениями: личные встречи, совместные праздники и семейные застолья, письма и открытки, общение с помощью

стационарной телефонной связи, встречи по обмену опытом, институт наставничества и мастерства и т. д. А самое главное — у представителей молодежи разрушается культурная норма ценности личных встреч с пожилыми, исчезает мотивация на межличностное общение, которое заменяется на формальные контакты через мобильный телефон и Интернет.

Общий ценностный фон культуры россиян всех возрастов пока еще имеет некоторую идентичность. По данным ВЦИОМ, в рейтинге главных жизненных целей, которые ставят перед собой россияне, создание семьи, друзья и честная жизнь важны практически для всех возрастных групп в равной степени [2]. Именно поэтому продолжающиеся трансформационные процессы в сфере межпоколенческих коммуникаций нуждаются в тщательном исследовании.

Ученые пишут о нарастании новых информационно-коммуникационных традиций в рядах молодежи [1]. Сегодня компьютером пользуются 91 % молодых людей в возрасте 16–30 лет, в том числе постоянно — 72 %. Данные исследований свидетельствуют о значительном различии в коммуникативном поведении молодого и старшего поколений, а также о том, что у молодого поколения приоритет Интернета как источника социальной информации становится реальностью [10, 77–78]. Опросы российской молодежи показывают, что, например, при выборе профессии основными источниками информации у старшеклассников выступают телевидение и Интернет. Выбор профессии большинством учащихся осуществляется самостоятельно, второстепенное значение при этом играют семья, школа, друзья [1].

Результаты сплошных опросов первокурсников департамента маркетинговых коммуникаций и брендинга УрФУ, осуществляемых лабораторией стратегических коммуникаций УрФУ под руководством автора с 2011 г., также показывают, что стабильно высоким остается процент абитуриентов, использующих Интернет для поиска информации о направлении обучения и о вузе (более 95 %).

Эти данные говорят о том, что авторитет старшего поколения слабеет, как с точки зрения объема и содержания новой информации, так и с технологической стороны, в силу того, что отставание пожилых все очевиднее. Это особая социализационная проблема, которую нужно внимательно изучать на базе методологии целого ряда наук.

Предметом нашего анализа являются новые информационно-коммуникативные практики молодежи, которые она использует, в том числе и для общения со старшим поколением, одновременно втягивая его в освоение этих практик. Таким образом, процесс трансформации передачи культурного опыта имеет сложную структуру, в которой одновременно меняются культурные практики коммуникации в рядах молодежи и в рядах старшего поколения (хотя и не так интенсивно, с отставанием), а самое главное то, что изменения происходят в содержании и в формах общения между поколениями, между старшими и младшими. Основой этих процессов является общее изменение системы коммуникаций в условиях информационного общества на базе появления новых технологий.

По нашему мнению, самыми действенными факторами, влияющими на изменения количественных и качественных сторон процесса коммуникации между поколениями, стало широкое распространение коммуникации через мобильную связь и через Интернет. Именно эти технологические каналы трансформируют общение старших и младших поколений в силу того, что изменения формы в этом случае сказывается и на содержании коммуникации. Социологи давно отмечают проблему постепенной утраты уникальных отношений между детьми и их бабушками и дедушками, которые преобладали в недалеком прошлом [3]. В результате изменения способов коммуникации меняется ее содержание, время общения, его количество, потребности, удовлетворяемые путем вступления в коммуникацию, а также ценностный фон общения молодых и пожилых.

Эта проблематика требует особого внимания социологов, однако некоторые ее аспекты можно осветить в рамках данной статьи. Студентами департамента маркетинговых коммуникаций и брендинга летом 2013 г. был проведен опрос 404 городских жителей Свердловской области в возрасте 15 лет и старше на тему «Историческая память». Результаты опроса подтверждают данные общероссийских исследований. Чем моложе респонденты, тем выше процент использующих Интернет для общения: среди 15–17-летних — 85,7 %, а среди тех, кто старше 55 лет, — только пятая часть (20,5 %). Доказательством сочетания префигуративного и кофигуративного типов культуры стали следующие результаты. Подавляющее большинство респондентов всех возрастов считают полезным обмен опытом между поколениями, хотя таких среди пожилых респондентов, естественно, больше: 90 % среди респондентов старше 55 лет и 75,7 % — среди 15–17-летних. Кроме того, почти 80 % опрошенных согласны с тем, что у молодого поколения есть опыт и знания, которыми оно могло бы поделиться со старшими. Причем разрыв во мнении пожилых и молодых по этому вопросу не так уж и велик: с этим согласны 84 % 15–17-летних и более 75 % респондентов старше 55 лет. Однако личное общение как способ налаживания отношений между поколениями молодых интересует в меньшей степени, чем пожилых: 55,7 % и 69,2 % соответственно. Это подтверждается и другим результатом: чем моложе респонденты, тем реже они навещают своих пожилых родственников. Тематические вечера, конференции и официальные встречи как способы установления межпоколенной коммуникации более актуальны для пожилых респондентов, чем для представителей молодежи: 23 % и 17 % соответственно. В целом нужно отметить, что эти формы общения не востребованы широко даже пожилыми, итогом чего является утрата важнейших ценностных оснований для межпоколенческой коммуникации.

Результаты опроса показывают, что знания о Великой Отечественной войне недостаточны именно у молодых респондентов, и, видимо, механизмы их передачи от поколения к поколению утрачиваются, что особенно заметно на примере респондентов моложе 17 лет (см. таблицу).

Можно констатировать, что только взаимопомощь поколений остается самым сильным мотивом для вступления их в коммуникацию. Как средство налаживания отношений, она в одинаковой степени востребована респондентами

**Распределение ответов респондентов разных возрастных групп
на вопрос о знании имен родственников, принимавших участие
в Великой Отечественной войне, %**

Возраст, лет	Да, известны	Нет, не известны	Нет ответа	Всего
15–17	42,9	57,1	0,0	100,0
18–22	62,1	37,9	0,0	100,0
23–29	67,2	32,8	0,0	100,0
30–54	80,8	19,2	0,0	100,0
55–79	94,9	3,8	1,3	100,0
Старше 80	91,8	8,2	0,0	100,0
Всего	73,0	26,8	0,2	100,0

всех возрастов (около 40 %), что в условиях рыночных отношений, видимо, служит связующим звеном между поколениями.

Можно утверждать, что в последние десятилетия меняется направление передачи культурного опыта: от преимущественно однонаправленного (от старших к младшим) на двунаправленное, в котором опыт младших (пусть и специфический по содержанию) востребован не менее опыта старших, а иногда и более. Изменения в формах общения происходят под влиянием технологических новшеств, что трансформирует и содержание коммуникации, минимизируя потребность в реальном межличностном общении. Меняется ценностный фон коммуникации: начинает превалировать культура, развиваемая поколением молодых и во многом отрицаемая пожилым поколением. Таким образом, традиционные формы культурных практик общения между поколениями постепенно трансформируются под влиянием технологических изменений в сфере коммуникации.

1. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет [Электронный ресурс]. М., 2010. URL: http://www.isras.ru/files/File/Molodez_Rossii.pdf (дата обращения: 01.12.2013).

2. Друзья, семья, честная жизнь: жизненные приоритеты россиян [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ. № 1973. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112593> (дата обращения: 09.01.2014).

3. Жукова С. А. Взаимоотношения поколений: социокультурный аспект : дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2000. 168 с.

4. Луков В. А. Концептуализация молодежи в XXI веке: новые идеи и подходы // Социол. исслед. 2012. № 1. С. 5–16.

5. Луков В. А. Концептуализация молодежи в XXI веке: новые идеи и подходы // Там же. 2012. № 2. С. 21–30.

6. Мид М. Культура и мир детства [Электронный ресурс]. М., 1983. URL: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=78209> (дата обращения: 01.12.2013).

7. Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.

8. Назаров М. М., Папантиму М. А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. М., 2009. 216 с.

9. Российская молодежь: проблемы и решения. М., 2005. 648 с.
10. Шереги Ф. Э. Российская молодежь: настроение, ожидания, ценностные ориентации. М., 2013. 93 с.
11. Шурбе В. З. Поколение хай-тек и «новый» конфликт поколений? // Социол. исслед. 2013. № 4. С. 100–106.

Статья поступила в редакцию 21.01.2014 г.

УДК 37.016 + 371.3

Я. В. Дидковская

ДИНАМИКА СТРАТЕГИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ

В статье проведен анализ динамики стратегий профессиональной карьеры поствузовской молодежи с использованием количественных и качественных методов. Утверждается, что формирование стратегий профессиональной карьеры сегодня происходит в условиях трансформации модели профессионального самоопределения. Автор усматривает сущность трансформации модели профессионального самоопределения в изменении характера взаимосвязи между процессами профессиональной карьеры и профессионального самоопределения. Взаимосвязь процессов профессиональной карьеры и профессионального самоопределения раскрывается через действие социальных механизмов на институционально-структурном уровне и уровне индивидов.

Ключевые слова: профессиональное самоопределение; профессиональная карьера; стратегия карьеры.

Трансформационные процессы последних десятилетий в российском обществе, а именно формирование рынка труда и рынка образовательных услуг, изменение социально-профессиональной структуры общества и т. д., способствовали изменению всей ситуации, связанной с профессиональным становлением человека, и явились предпосылкой смены модели профессионального самоопределения в российском обществе.

В связи с этим в настоящей статье поставлены следующие задачи: во-первых, рассмотреть процесс трансформации модели профессионального самоопределения в российском обществе, отражающийся в изменении социальных механизмов, регулирующих взаимосвязь процессов профессиональной карьеры и профессионального самоопределения; во-вторых, показать изменения в стратегиях профессиональной карьеры молодежи в условиях данной трансформации.

ДИДКОВСКАЯ Яна Викторовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий управления Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: diyana@yandex.ru).

© Дидковская Я. В., 2014